

**PENGARUH HARGA DAN *EXPERIENTIAL MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA  
PADA LOYALITAS PELANGGAN**



**Oleh:**

**YOGA CANDRA DEWA**

**NPM: 1310208091**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**STIESIA SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH HARGA DAN *EXPERIENTIAL MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA  
PADA LOYALITAS PELANGGAN**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi: Manajemen**

**Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

**Oleh:**

**YOGA CANDRA DEWA**

**NPM: 1310208091**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**STIESIA SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH HARGA DAN *EXPERIENTIAL MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA  
PADA LOYALITAS PELANGGAN**

**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**YOGA CANDRA DEWA  
NPM : 13.1.02.08091**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji  
Pada Tanggal 05 Mei 2018**

**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Dr. Dewi Urip Wahyuni, S.Pd., S.E., M.M.**

**Anggota : 1. Drs. Ec. Yahya, M.M.**

**2. Dra. Ec. Sri Utiyati, M.M.**

**Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima**

**Oleh:**

**Dosen Pembimbing**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Drs. Ec. Yahya, M.M.**



**Dr. Triyonowati, S.E., M.Si.**

**Ketua STIESIA**



**Dr. Nur Fadrijah Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.**

## PERMYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : **YOGA CANDRA DEWA**

N.P.M : **13.1.02.08091**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH HARGA DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

Diajukan untuk diuji tanggal 5 Mei 2018, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam sekripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan caramenyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalmia tatau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah – olah tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang sayasalin, tiru, atau yang sayaambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (SIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 5 Mei 2018

  
METERAI  
TEMPEL  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Yoga Candra Dewa

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Yoga Candra Dewa  
NPM : 13.1.02.08091  
Program Studi : S1 – Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Sidoarjo, 14 Oktober 1991  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak : 1 / ke- 1  
Alamat Rumah : Dsn.Klutuk Rt:04/Rw:01,  
Ds.KramatJegu, Kec.Taman,  
Kab.Sidoarjo –Jawa Timur.  
Status : Belum menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Paryono  
Alamat Rumah/ Telepon : Dsn.Klutuk Rt:04/Rw:01, Ds.KramatJegu,  
Kec.Taman, Kab.Sidoarjo, 081333313487  
Pekerjaan : Wirausaha.

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN KramatJegu I tahun 2004
2. Tamat SMP di SMPN 3 Krian tahun 2007
3. Tamat SMA di SMA Wachid Hasyim 2 tahun 2010
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun
STIESIA Surabaya	Surabaya	I - X	2013 - 2018

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/golongan	Jabatan
2010 - 2011	GadingKuning	SE	Sales Executive
2011 - 2013	Trans Kalteng (ATK)	ME	Marketing Executive
2014 - 2017	ATHENA GW	-	Pemilik Game Center

Dibuat dengan sebenarnya,

**Yoga Candra Dewa**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabil'alamin segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT, karena berkat Rahmat dan kebesaran-Nya sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam senantiasa tercurhakan kepada junjungan kita yaitu Rasulullah SAW.

Skripsi ini diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana ekonomi (SE) prodi manajemen sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia yang berjudul "PENGARUH HARGA DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN".

Dalam pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh hormat menghaturkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, kemudahan dan ridho-Nya dalam penyelesaian skripsi ini sehingga dapat selesai tepat waktu.
2. Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia.
3. Dr. Triyonowati, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia.
4. Drs. Ec. Yahya, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berharga serta kesabaran dan perhatiannya dalam penulisan penelitian ini.

5. Dr. Suhermin SE, M.M selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.
6. Terima kasih yang paling utama penulis haturkan kepada kedua Orang Tua atas segala doa serta dukungannya, dan juga kepada seluruh keluarga besar KERTODIMEDJO yang mendukung serta mendoakan penulis.
7. Bapak dan ibu dosen, serta para staf STIESIA surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
8. Affif Ahya Muttakin, S. E., Abdul Muis, S. Pd. I., dan Andi Setiawan yang telah memberikan motivasi dan berbagai ide pikir dalam membantu penulis menyelesaikan skripsinya.
9. Semuanya yang membantu penulis dalam penelitian di lapangan yang namanya tidak bias disebutkansatupersatu.

Penulis menyadari dan setengah hati bahwa penyelesaian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, wawasan, dan pengamatan. Untuk itu penulis sangat mengharap kritik demi kesempurnaan yang akan datang.

Surabaya, 28 Febuari 2018

Yoga Candra Dewa

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM .....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
DAFTAR RIAWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..</b>	11
2.1 Tinjauan Teoritis	
2.1.1 Harga .....	11
2.1.1.1 Pengertian Harga .....	11
2.1.1.2 Fungsi Harga .....	11
2.1.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	14



2.1.1.4 Penetapan Harga.....	17
2.1.1.5 Alat Penetapan Harga.....	17
2.1.1.6 Indikator Harga.....	20
2.1.2 <i>Experiential Marketing</i> .....	21
2.1.2.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i> .....	21
2.1.2.2 Modul <i>Experiential Marketing</i> .....	22
2.1.2.3 Faktor yang mempengaruhi <i>Experiential Marketing</i> .....	24
2.1.2.4 Manfaat <i>Experiential Marketing</i> .....	24
2.1.2.5 Indikator <i>Experiential Marketing</i> .....	26
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	27
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	27
2.1.3.2 Faktor yang berpengaruh pada Keputusan Pembelian ...	28
2.1.3.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	28
2.1.4 Loyalitas Pelanggan .....	30
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	30
2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	31
2.1.4.3 Mengembangkan dan Menjaga Loyalitas Pelanggan ...	31
2.1.4.4 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	33
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel.....	34
2.1.5.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.1.5.2 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	34
2.1.5.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.1.5.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .....	35
2.1.5.5 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan .....	36
2.1.6 Penelitian Terdahulu .....	36
2.2 Rerangka konseptual .....	40
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	40

2.3.1	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan secara Langsung .....	40
2.3.2	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan secara Tidak Langsung .....	41
2.3.3	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan secara Lagsung .....	42
2.3.4	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan secara Tidak Lagsung.....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>44</b>
3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi .....	44
3.1.1	Jenis Penelitian .....	44
3.1.2	Populasi .....	44
3.2	Teknik Pengambilan Sampel .....	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	47
3.4.1	Variabel Penelitian .....	47
3.4.2	Definisi Operasional.....	47
3.5	Teknik Analisis Data.....	49
3.5.1	Uji Validitas dan Realiabilitas.....	49
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.5.3	Analisis Regresi.....	52
3.5.4	Inferensi Hasil Regresi .....	53
3.6	Uji Hipotesis .....	55
3.6.1	Analisis Jalur .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>58</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	58
4.1.1	Karakteristik Responden .....	58
4.1.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	65
4.1.3	Uji Instrumen Data.....	67
4.1.3.1	Uji Validitas danReliabilitas .....	67

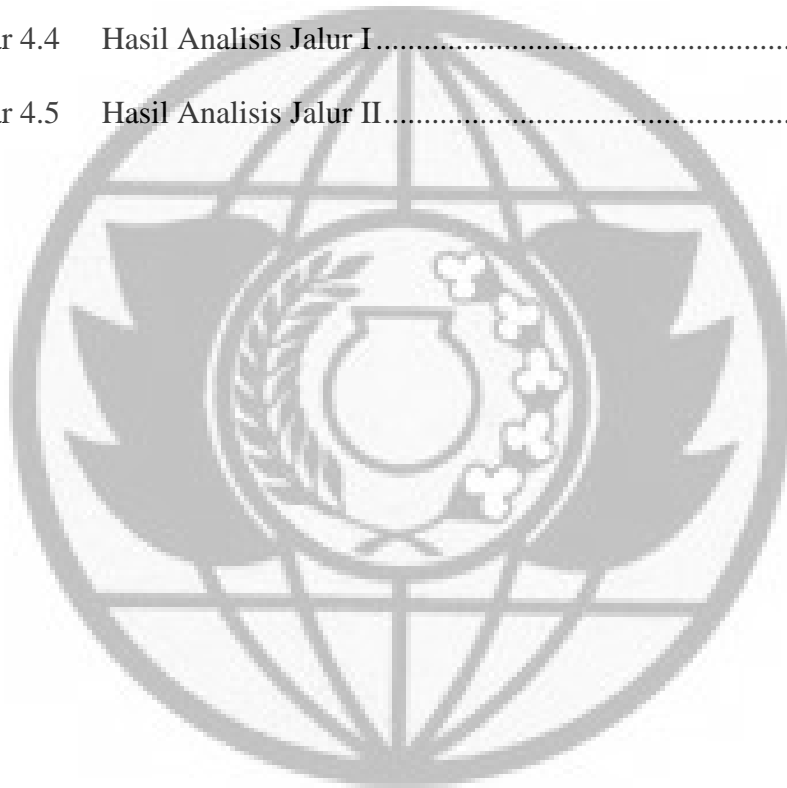
4.1.4	Uji Asumsi Klasik .....	70
4.1.4.1	Uji Normalitas .....	70
4.1.4.2	Uji Multikolinieritas .....	71
4.1.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	72
4.1.5	Analisis Regresi .....	73
4.1.6	Inferensi Hasil Regresi .....	78
4.1.6.1	Uji Signifisi Individual (Uji t) .....	78
4.1.6.2	Uji F .....	79
4.1.6.3	Analisis Koefisiensi Determinasi (R) dan Determinasi Berganda (R <sup>2</sup> ) .....	81
4.1.7	Uji Hipotesis .....	82
4.1.7.1	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	82
4.2	Pembahasan .....	86
4.2.1	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Langsung .....	86
4.2.2	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Langsung .....	87
4.2.3	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Tidak Langsung Melalui Keputusan Pembelian .....	88
4.2.4	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Tidak Langsung Melalui Keputusan Pembelian .....	89
BAB V PENUTUP .....		90
5.1	Simpulan .....	90
5.2	Keterbatasan .....	90
5.3	Saran .....	91
JADWAL PENELITIAN .....		92
DAFTAR PUSTAKA .....		93
LAMPIRAN .....		96

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kategori Interval Kelas .....	46
Tabel 3.2	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	55
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berkaitan dengan Jenis Kelamin ..	59
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berkaitan dengan Usia.....	59
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berkaitan dengan Pendidikan .....	60
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berkaitan dengan Pekerjaan .....	61
Tabel 4.5	Hasil Penelitian mengenai Variabel Harga .....	62
Tabel 4.6	Hasil Penelitian mengenai Variabel <i>Experiential Marketing</i>	64
Tabel 4.7	Hasil Penelitian mengenai Variabel Keputusan Pembelian..	65
Tabel 4.8	Hasil Penelitian mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan ....	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas .....	71
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	72
Tabel 4.13	Model Summary Analisis Regresi I.....	74
Tabel 4.14	Hasil Uji Analisis Regresi I.....	74
Tabel 4.15	Model Summary Analisis Regresi II.....	76
Tabel 4.16	Hasil Uji Analisis Regresi II .....	76
Tabel 4.17	Hasil Uji t .....	78
Tabel 4.18	Hasil Uji F.....	80
Tabel 4.19	Model Summary Analisis Determinasi .....	81
Tabel 4.20	Analisis Koefisien Model Jalur I.....	82
Tabel 4.21	Analisis Model Summary Jalur I .....	83
Tabel 4.22	Analisis Koefisien Model Jalur II .....	84
Tabel 4.23	Analisis Model Summary Jalur II .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Rerangka Konseptual .....	40
Gambar 3.1	Model Analisis Jalur .....	58
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas .....	71
Gambar 4.2	Analisis Regresi I .....	73
Gambar 4.3	Analisis Regresi II.....	75
Gambar 4.4	Hasil Analisis Jalur I.....	83
Gambar 4.5	Hasil Analisis Jalur II.....	85



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner .....	96
Lampiran 2	Data Responden .....	100
Lampiran 3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	102
Lampiran 4	Deskriptif Tanggapan Responden .....	104
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas.....	110
Lampiran 6	Hasil Uji Normalitas .....	115
Lampiran 7	Hasil Uji Multikolinieritas .....	117
Lampiran 8	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	119
Lampiran 9	Hasil Uji Analisis Regresi I.....	121
Lampiran 10	Hasil Uji Analisis Regresi II .....	122